

e – Jurnal Riset Manajemen **PRODI MANAJEMEN**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma

website : www.fe.unisma.ac.id (email : e.jrm.feunisma@gmail.com)

Analisa Bisnis Ekonomi Kreatif Sub Sektor *Fashion* Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Pelaku Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Malang)

Oleh:**Fitria Dewi*)****Jeni Susyanti**)****Budi Wahono***)**Email: fitriadewi794@gmail.com**Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang**

Abstrack

The purpose of this study is to analyze the creative economy entrepreneurs in Indonesia in the fashion sub-sector to meet taxpayer compliance. The population in this study were 500 creative economy entrepreneurs in the fashion sector in Malang Regency. Because the population is large, samples taken in accordance with the characteristics of respondents are taken 10% of the 500 are 50 respondents. This study uses a quantitative approach. Data testing techniques used in this study include data instrument testing (validity and reliability), normality test, and simple linear regression test. The analysis shows that the creative economy business in the fashion sub-sector has high tax compliance, it was found that as many as 56% of the creative economy business people in the fashion sub-sector in Malang experienced business development. And seen from several measurement indicators that can increase taxpayer compliance. So that the creative economy business executor of the fashion sub-sector complies with business tax payments.

Keywords: creative economic, fashion, taxpayer compliance

Pendahuluan

Pada era saat ini dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat, hal tersebut menjadikan tatanan komunikasi global menjadi mudah dan efisien. Pengaruh percepatan proses globalisasi menjadikan kehidupan manusia sekarang ini mengalami perubahan terutama di bidang teknologi. Dampak yang paling nyata adalah pada dunia ekonomi dan bisnis sehingga daya saing dan kreativitas menjadi kunci utama untuk sukses. Setiap pelaku bisnis dituntut memiliki keterampilan untuk menciptakan inovasi dan produk baru.

Perkembangan ekonomi kreatif pada kurun waktu terakhir ini telah menjelma sebagai alternatif, sekaligus menjadi strategi dunia untuk menjaga pertumbuhan ekonomi, saat melambatnya perekonomian dunia. Industri kreatif yang bertitik dalam pemanfaatan kemahiran dan produktivitas dipercaya telah berubah untuk tren dan kemampuan baru yang mewarnai kompetisi dan arah perkembangan ekonomi.

Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) mempunyai 16 sub sektor yakni sektor aplikasi dan *game developer*, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, *fashion*, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, dan televisi dan radio. Terdapat 5 jenis ekonomi kreatif terbesar yang mampu memberikan kontribusi terhadap PDB Indonesia diantaranya kuliner 41,69%, fesyen 18,15%, kriya 15,7%, TV dan Radio 7,78% dan penerbitan 6,28%.

PDRB Kabupaten Malang sebesar 60% disumbang oleh ekonomi kreatif usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dimana sektor UMKM menyumbang Rp.49 triliun dari total pendapatan PDRB sebesar Rp.82 triliun pada tahun 2018. Keberadaan ekonomi kreatif dan UMKM banyak berpengaruh pada perekonomian masyarakat yang utama di tingkat desa. Pemerintah Kabupaten Malang selalu mendukung pertumbuhan sektor ekonomi kreatif melalui sosialisasi, pelatihan, dan memberikan berbagai bantuan sarana dan prasarana guna pengembangan usaha.

“Bertambahnya jumlah pengusaha dari golongan ekonomi kreatif, tetapi tidak sedikitpun merubah jumlah setoran pajak pada negara. Hal ini tidak disebabkan ketidakmauan mereka memberikan kontribusi pada negara untuk pembayaran pajak, melainkan karena adanya masalah dalam menjalankan bisnisnya, selain kurangnya pemahaman terhadap kewajiban perpajakan yang harus dilakukan” (Susyanti, Askandar dan Mardani, 2014).

Secara khusus, dengan penerapan manajemen modern yang membebaskan kewajiban sistem penilaian sendiri kepada wajib pajak baik perorangan maupun non karyawan dan pembayar pajak perusahaan semakin dituntut untuk dapat melaksanakan tugas pajak mereka sendiri. “UMKM belum sepenuhnya paham dalam menghitung keuntungan dan omset usaha padahal keuntungan dan omset usaha adalah dasar pembayaran pajak. Selain itu masih banyak pelaku UMKM masih belum mengerti kewajiban dan tata cara pembayaran pajak” (Suryana, 2013). Kesadaran dan kepatuhan wajib pajak adalah aspek penting untuk menambah pendapatan, maka saat menggapai target pajak perlu dimunculkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat terhadap pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak pada pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Malang?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

Untuk mengetahui bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak pada pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Malang.

Kontribusi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi berbagai pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, memperbanyak wawasan serta pengetahuan terhadap kegiatan tentang bisnis ekonomi kreatif sektor *fashion* dan digunakan untuk masa yang akan datang.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi dan literatur untuk peneliti selanjutnya mengenai pelaku ekonomi kreatif khususnya di sektor *fashion*.
3. Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan kontribusi besar terhadap sektor perekonomian di Indonesia dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional terhadap pelaku ekonomi kreatif di sektor *fashion* dengan kesadaran masyarakat atas kepatuhan wajib pajak.

Kajian Teoritis

Peneliti Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu bahan referensi bagi pembaca dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil beberapa referensi terkait dengan analisa ekonomi kreatif sub sektor *fashion* untuk kepatuhan wajib pajak. Berikut beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam melakukan penelitian ini, yaitu:

Gunarso (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Pemeriksaan Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada KPP Kepanjen Kabupaten Malang” menyatakan bahwa pemeriksaan pajak menunjukkan ketika terjadi peningkatan kuantitas pemeriksaan pajak, akan menambah peningkatan kepatuhan wajib pajak. Pemeriksaan pajak adalah salah satu usaha yang dipakai oleh pemerintah untuk usaha meningkatkan perilaku patuh wajib, pemeriksaan pajak juga berdampak terhadap jumlah penerimaan pajak yang diperoleh pemerintah artinya dengan peningkatan pembayaran pajak oleh wajib pajak maka akan menambah kepatuhan wajib pajak. Sanksi Pajak menunjukkan semakin besar sanksi perpajakan maka kepatuhan wajib pajak semakin tinggi, sanksi pajak memiliki korelasi yang erat terhadap kepatuhan wajib pajak, bertambah baik sikap wajib pajak pada pelaksanaan sanksi maka semakin tinggi kepatuhan wajib pajak.

Rahadi (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Sektor Usaha Kecil & Menengah Menjadi Model Kewirausahaan Sosial Berbasis Ekonomi Kreatif” menyatakan bahwa penerapan dan perkembangan kewirausahaan sosial berbasis ekonomi kreatif terdapat kelemahan yaitu: banyaknya pengrajin yang melakukan usaha sendiri dengan mengolah usahanya dan konsultasi pada pemerintah daerah kurang optimal. Kelompok pengrajin belum optimal pada peningkatan kualitas usaha sehingga terlihat saling bersaing sesama pengrajin. kreativitas dan inovatif guna pengembangan produk cukup baik, tetapi masih perlu dukungan dari pemerintah. Pemerintah harus terlibat untuk mendukung usaha mereka khususnya dalam menentukan kebijakan yang memihak pengrajin. Sedikitnya generasi muda untuk melanjutkan usaha kerajinan

keluarga pengrajin. Selain itu, jenjang pendidikan yang relatif rendah dan umur yang bukan produktif bisa menghambat dalam penerapan kewirausahaan sosial.

Nasir dan Yuslinaini (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pemetaan Industri Kreatif Sub Sektor Kerajinan Serta Dampak Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Aceh Besar” menyatakan bahwa berkembangnya industri kreatif sub sektor kerajinan di tiap-tiap kecamatan di Kabupaten Aceh Besar ada beberapa kerajinan yang tak serupa. Adapun jenis produk kerajinan yang diproduksi pengrajin yaitu sulam bordir, tikar, keranjang ikan, keset kaki, bordir, sulaman, songket Aceh, kain tenun, kasab Aceh, kotak tisu, bros, pita rambut, dan lampion. Sub sektor industri kerajinan pada 4 kecamatan yang ada pada Kabupaten Aceh Besar mempunyai kedudukan bagus untuk meningkatkan kemakmuran masyarakat dan meminimalisir pengangguran. Pada peningkatan kapasitas bersaing industri kreatif, Pemerintah Kabupaten Aceh Besar menerapkan program contohnya pendampingan usaha melalui training, tata laksana kewirausahaan, dan pembagian dana bergantian. Selain itu, Pemerintah Kabupaten Aceh Besar lewat Disperindag dan UKM juga sudah melaksanakan aktivitas promosi melalui pameran produk kerajinan untuk menambah jumlah penjualan pengrajin

Susyanti dan Askandar (2019) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Pajak dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Diantara Pemilik UMKM Kuliner Eksklusif di Kota Malang”. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu pengetahuan pajak dan pemahaman perpajakan. Sedangkan variabel tetap yaitu kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan pajak dan pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu secara parsial maupun simultan, variabel pengetahuan pajak dan pemahaman perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Rakhmah (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisa Bisnis Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak” menyatakan bahwa pelaku ekonomi kreatif sub sektor kuliner di Kabupaten Malang memiliki kepatuhan membayar pajak cukup tinggi, hal tersebut didapatkan sebanyak 57,71% pelaku ekonomi kreatif sub sektor kuliner di Kabupaten Malang selalu mengalami perkembangan usaha sehingga sebanyak 55,00% pelaku ekonomi kreatif sub sektor kuliner selalu patuh terhadap pembayaran pajak usaha. Pernyataan tersebut diukur melalui beberapa indikator dalam kuesioner. Indikator dalam analisa bisnis sub sektor kuliner meliputi produksi, pemasaran, manajemen keuangan, kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi dan lingkungan. Sedangkan untuk kepatuhan wajib pajak meliputi pengisian SPT dengan baik dan jelas, menghitung dengan benar, melakukan pembayaran sesuai tenggat waktu dan tidak mendapatkan surat teguran.

Ekonomi Kreatif

Susyanti dan Askandar (2017) “Ekonomi kreatif sebagai konsep ekonomi yang mengutamakan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) dalam kegiatan ekonominya. Industri

kreatif dikendalikan oleh hukum kekayaan intelektual seperti paten, hak cipta, merek, royalti, dan desain. Struktur perekonomian dunia mengalami transformasi dengan cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) sekarang menjadi berbasis SDM, dari era pertanian ke era industri dan informasi”.

Fashion

Fashion merupakan perpaduan dari gaya atau style dengan desain. *Fashion* menciptakan perasaan nyaman dan lebih bagus pada saat tertentu. Gaya dan tren *fashion* mengalami perubahan yang signifikan. Dalam beberapa bulan, selalu ada mode *fashion* baru. Dikarenakan dari inspiratifnya para perancang busana *fashion* lokal yang inovatif dalam pembuatan pakaian model baru, dan adanya golongan muda kreatif yang ikut serta dalam industri *fashion* ini. Masyarakat juga semakin pandai dan mempunyai selera yang bagus dalam memilih gaya busananya.

Namun, kendala yang menghadapi subsektor ini yaitu banyaknya pesaing seperti pabrik tekstil, perancang busana, dan urusan pasar yang lebih banyak mengutamakan produk impor daripada produk dalam negeri.

BEKRAF akan membuat aturan untuk mendukung pemakaian kreasi *fashion* dalam negeri, menyediakan kesiapan bahan baku, dan juga promosi barang *fashion* dalam negeri di pasar lokal dan dunia. Dengan adanya pendampingan lewat fasilitasi untuk mendukung sub sektor ini supaya lebih berkembang dan luas.

Pajak

Pada “UU Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (perubahan ketiga UU Nomor 6 Tahun 1983)”, yang berbunyi :

“Pajak yaitu kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang sifatnya memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung melainkan melalui perbaikan sarana dan prasarana publik”.

(Dharma, 2014) “Pajak merupakan sumber pendanaan dalam melaksanakan tanggung jawab negara guna mengatasi masalah sosial, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran serta menjadi kontrak sosial antara warga negara dengan pemerintah”.

Wajib Pajak

Selaras dalam aturan perpajakan, faksi yang melakukan tanggung jawab perpajakan pada negara disebut Wajib Pajak (WP). Dalam “pasal 1 UU Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) disebutkan Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, yang pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak serta kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan”

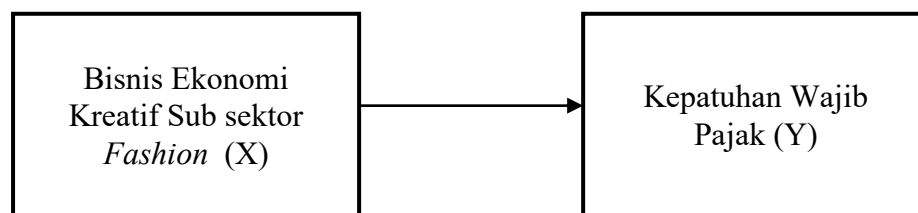
Dilihat dari definisi diatas, Wajib Pajak ada 3 macam yaitu WP badan, WP orang pribadi, dan bendahara selaku pemotong/pemungut pajak.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya kepada negara. Kepatuhan adalah instrumen yang penting dalam sistem pemungutan pajak yang dipakai di Indonesia. Untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, seorang wajib pajak harus menambah pengetahuan dan pemahaman tentang pajak. Usaha yang dijalankan oleh individu maupun entitas memiliki kewajiban untuk membayar pajak di Indonesia. Namun, penerimaan pajak penghasilan masih rendah dikarenakan pelaku usaha masih bingung dalam menerapkan peraturan perpajakan, PP- 23/2018.

Kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi besar kecilnya pendapatan pajak suatu negara. “Kepatuhan memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela (*voluntary of complince*) ialah tulang punggung sistem *self assessment*, dimana Wajib Pajak bertanggung jawab menghitung sendiri kewajiban perpajakan dan kemudian secara benar dan tepat waktu membayar dan melaporkan pajaknya tersebut” (Oktaviani & Adellina, 2016).

Kerangka Konseptual



Berdasarkan kerangka konseptual dapat disimpulkan bahwa penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel, yaitu analisa bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* yang berada di Kabupaten Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisa dalam bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak, dilihat pada beberapa indikator pengukuran yang bisa meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sehingga pelaksana bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* patuh terhadap pembayaran pajak usaha.

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan pengumpulan data menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber data. Data primer pada penelitian ini didapatkan melalui kuesioner dari responden penelitian. Responden akan dipadu oleh peneliti dalam mengisi kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelaku ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kabupaten Malang. Sehingga, lokasi penelitiannya adalah pada keseluruhan pelaku

usaha di sektor *fashion* baik yang menjual maupun yang memproduksi yang berada di Kabupaten Malang.

Sumber Data

Data yang dipakai yaitu data lapangan yang didapatkan dari hasil kuesioner. Teknik pengumpulan data dan instrumen pengumpulan data melalui kuesioner. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan alat apa yang digunakan.

Populasi Dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi semua bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* baik yang menghasilkan ataupun mendagangkan instrumen *fashion* dan yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Malang dengan jumlah populasi sebesar 500 anggota aktif. Mengacu pada Arikunto (2012;104) jika populasinya lebih dari 100 orang, maka diambil sampel 10-25% dari jumlah populasinya. Maka dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebesar 10% dari jumlah populasi yaitu sebesar 50 responden.

Definisi Operasional Variabel

“Definisi Operasional Variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan” (Sugiyono, 2017;39). Definisi operasional variabel ditemukan item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian.

1. Bisnis Ekonomi Kreatif Sub Sektor *Fashion*.

Variabel ini merupakan sebuah peluang besar yang diberikan ekonomi kreatif dalam pemanfaatan cadangan sumber daya yang tidak saja terbarukan, melainkan tak terbatas, yakni talenta dan kreativitas. Sehingga indikator penilaian dalam ekonomi kreatif subsektor *fashion* di penelitian ini adalah:

- a. Penjualan
- b. Produksi
- c. Pemasaran
- d. Manajemen keuangan
- e. Kondisi ekonomi dan lingkungan.
- f. Kebijakan Pemerintah

2. Kepatuhan Wajib Pajak

Variabel ini dimensi untuk mengukur dan menganalisa tentang bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* untuk lebih meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sehingga indikator penilaian dalam kepatuhan wajib pajak di penelitian ini adalah:

- a. Pengetahuan Perpajakan
- b. Penyampaian SPT dengan baik
- c. Melakukan perhitungan pajak dengan benar
- d. Melakukan pembayaran tepat waktu
- e. Mentaati pemeriksaan perpajakan

- f. dan tidak mendapatkan surat teguran.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan data primer untuk semua variabelnya yaitu bisnis ekonomi kreatif sub sektor kuliner untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak pada pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Malang.

Metode analisis dalam penelitian sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisis dengan tujuan mengukur tingkat kevalidan suatu indikator kuesioner yang diperoleh dari responden. Untuk mengetahui kevalidan instrumen maka dilakukan uji validitas dan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan tingkat signifikansi 5%. Ketentuan perhitungan uji validitas menurut Priyono (2015), yaitu sebagai berikut:

- a. “Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)”.

b. Uji Reliabilitas

“Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama” (Sugiyono, 2017:130) dengan kriteria sebagai berikut :

- a. “Jika nilai *Cronbach’s Alpha* $>$ 0,6 maka dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach’s Alpha* $<$ 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel”.

2. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154) “uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal”. Dasar pengambilan keputusan bisa dilihat pada probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu:

- a. Jika nilai *Probability* $>$ 0,05 (5%), maka distribusi populasi adalah normal.
- b. Jika nilai *Probability* $<$ 0,05 (5%), maka distribusi populasi adalah tidak normal.

3. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi dipakai guna mengukur besarnya pengaruh variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2017:2) menyatakan: "Tujuan analisis regresi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)".

Pembahasan
Hasil Uji Instrumen Data
Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Ekonomi Kreatif Sub Sektor <i>fashion</i> (X)	X.1	0,387	0,2787	Valid
	X.2	0,365	0,2787	Valid
	X.3	0,317	0,2787	Valid
	X.4	0,536	0,2787	Valid
	X.5	0,598	0,2787	Valid
	X.6	0,354	0,2787	Valid
	X.7	0,406	0,2787	Valid
	X.8	0,584	0,2787	Valid
	X.9	0,444	0,2787	Valid
	X.10	0,306	0,2787	Valid
	X.11	0,471	0,2787	Valid
	X.12	0,343	0,2787	Valid
	X.13	0,327	0,2787	Valid
	X.14	0,290	0,2787	Valid
	X.15	0,455	0,2787	Valid
	X.16	0,457	0,2787	Valid
	X.17	0,57	0,2787	Valid
	X.18	0,404	0,2787	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y.1	0,739	0,2787	Valid
	Y.2	0,625	0,2787	Valid
	Y.3	0,704	0,2787	Valid
	Y.4	0,432	0,2787	Valid
	Y.5	0,677	0,2787	Valid
	Y.6	0,455	0,2787	Valid

Sumber: Data diolah tahun 2020

Sebuah instrumen penelitian dinyatakan valid, ketika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, dan pada penelitian ini $r\text{-tabel}$ -nya sebesar 0,278. Berdasarkan hasil uji validitas, didapat hasil $r\text{-hitung}$ semua indikator $> r\text{-tabel}$. Yang berarti bahwa semua instrumen penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Ekonomi Kreatif Sub Sektor <i>fashion</i> (X)	0,689	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,666	Reliabel

Sumber: Data diolah tahun 2020

Sebuah instrumen dinyatakan reliabel, apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 untuk semua indikator penelitian. Yang berarti bahwa semua instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dipakai untuk menguji variabel terikat dan variabel bebas dalam sebuah model regresi ber distribusi normal atau tidak.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,63227923
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,080
	Negative	-,057
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil uji *Asymp.sig* memiliki nilai 0,200 dan lebih besar dari pada 0,05, yang artinya bahwa uji sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi berdistribusi normal.

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yaitu bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* (X) terhadap variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak (Y), maka digunakan analisis linear sederhana sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,982	3,206		2,802	,007
	Total_X	,236	,047	,589	5,054	,000

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Data diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diatas, maka dapat disusun persamaan regresi linier sederhana untuk bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* (X) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y) sebagai berikut:

$$Y = 8,982 + 0,236 X + e$$

Dimana:

X = Bisnis Ekonomi Kreatif Sub Sektor *Fashion*

Y = Kepatuhan Wajib Pajak

a = Konstanta (Nilai Y pada saat nol)

b = Koefisien Regresi

e = error

Dari hasil persamaan regresi tersebut di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta bernilai positif sebesar 8,982, artinya bahwa jika variabel X dianggap nol atau tetap, maka konstanta akan menaikkan variabel Y.
- Berdasarkan hasil perhitungan total X sebesar 0,236 (positif) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, mengidentifikasi bahwa apabila variabel bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* (X) mengalami peningkatan maka variabel kepatuhan wajib pajak juga akan mengalami peningkatan atau perubahan yang positif dan signifikan.

Implikasi Penelitian

Bisnis Ekonomi Kreatif Sub Sektor *Fashion* Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa analisa dalam bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* dengan indikator penjualan, produksi, pemasaran, manajemen keuangan, kondisi ekonomi dan lingkungan, dan kebijakan pemerintah sebagai indikator pengukuran dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak pada pelaku ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kabupaten Malang.

Secara empiris di lapangan indikator penjualan dalam bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dapat dilihat pada karakteristik responden yang memiliki pendapat per tahun sebesar Rp. 500.000.000 – Rp. 1.000.000.000 dan jawaban responden yang setuju menjual produk dengan berbagai variasi model serta pembayaran dilakukan secara tunai. Dengan produk yang bervariasi, maka dapat meningkatkan penjualan dan mendapatkan pendapatan yang besar. Semakin besar pendapatan maka semakin tinggi juga tingkat kepatuhan wajib pajaknya.

Untuk indikator produksi dalam bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* netral untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dengan kata lain jika inovasi produk dilakukan setiap bulan dan jumlah yang diproduksi semakin meningkat di setiap bulannya, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dan begitu juga sebaliknya jika tidak melakukan inovasi produk dan jumlah produksi tidak meningkat setiap bulan, maka tidak dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak pelaku ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kabupaten Malang.

Untuk indikator pemasaran dalam bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dapat dilihat pada deskripsi jawaban responden setuju apabila pemasaran dilakukan melalui media sosial dan semakin luas jangkauan pemasaran semakin tinggi pula kreativitas pada produk responden. Jika pemasaran produk semakin meluas, maka persentase penjualan juga semakin meningkat dan kepatuhan untuk membayar pajak juga tinggi.

Untuk indikator manajemen keuangan dalam bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dapat dilihat pada deskripsi jawaban responden sangat setuju untuk melakukan pencatatan setiap pengeluaran dan pemasukan dan hal tersebut juga untuk pelaporan SPT pelaku usaha. Deskripsi jawaban responden setuju memiliki modal dari dana pribadi dan netral memiliki pinjaman pada bank. Yang artinya jika menggunakan modal pribadi dan tidak memiliki kewajiban membayar utang pada bank, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepatuhan untuk membayar pajak.

Untuk indikator ekonomi dan lingkungan dalam bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* netral untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dapat dilihat pada deskripsi jawaban responden yang memberikan jawaban netral untuk mengikuti komunitas pengusaha *fashion* dan mengikuti pameran/expo, serta setuju jika dalam kondisi ekonomi dan lingkungan menentukan inovasi produk. Yang artinya jika pelaku usaha mengikuti komunitas pengusaha *fashion* dan mengikuti pameran/expo, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan begitu juga sebaliknya. Dengan

mengikuti komunitas pengusaha *fashion* dan mengikuti pameran/expo, maka lebih banyak peluang untuk meningkatkan penjualan produknya. Jika produknya banyak dibeli maka pendapatan juga bertambah dan kepatuhan wajib pajaknya juga tinggi.

Untuk indikator kebijakan pemerintah dalam bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Dapat dilihat pada deskripsi jawaban responden yang setuju taat mengikuti peraturan pemerintah, pemerintah mendukung perkembangan usaha, dan pemerintah memberikan kemudahan mengurus ijin usaha. Semakin pemerintah mendukung perkembangan usaha dan memberikan kemudahan memberikan ijin usaha, maka pelaku usaha juga akan taat terhadap peraturan pemerintah dan berdampak untuk peningkatan kepatuhan wajib pajaknya.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Sesuai dengan hasil analisa dan pembahasan yang sudah dipaparkan penelitian ini tentang bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Analisa yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan alat analisa program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) Ver.25. Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan antara lain sebagai berikut:

Pelaku bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kabupaten Malang memiliki kepatuhan membayar pajak cukup tinggi, hal tersebut didapatkan sebanyak 56% pelaku bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kabupaten Malang mengalami perkembangan usaha. Dan dapat dilihat dari beberapa indikator pengukuran yang dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sehingga pelaksana bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* patuh terhadap pembayaran pajak usaha.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian diantaranya:

1. Penelitian ini hanya menyebarkan 50 kuesioner kepada 50 responden terhadap pelaku bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* di Kabupaten Malang.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 6 indikator pengukuran dalam bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion*. Pada dasarnya masih banyak indikator pengukuran dalam bisnis ekonomi kreatif sub sektor *fashion* untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Saran

1. Bagi wajib pajak
Taat kepada peraturan perpajakan dengan melakukan pembayaran pajak tepat waktu, sesuai tagihan dan secara transparan terhadap hasil usaha.
2. Bagi Petugas Perpajakan
Yaitu melakukan sosialisasi kepada wajib pajak tentang cara perhitungan pajak sehingga wajib pajak bisa menghitung jumlah pajak yang dibayar sesuai peredaran bruto dan omzet usaha.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dharma, G. P. E. (2014). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia negara untuk mengatasi masalah sosial , meningkatkan kesejahteraan dan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 1, 340–353.
- Gunarso, Pujo. 2016. “Pemeriksaan Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Pada KPP Kepanjen Kabupaten Malang”. *Jurnal Keuangan & Perbankan*, 20, 2016: 214-223.
- Ghozali, Imam, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8, Cetakan ke VIII)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Nasir & Yuslinaini. 2017. “Analisis Pemetaan Industri Kreatif Sub Sektor Kerajinan Serta Dampak Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Aceh Besar”. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Teknologi*, 1, 2017: 11-17.
- Oktaviani, R. M., & Adellina, S. (2016). Kepatuhan Wajib Pajak Ukm. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, ISSN: 2302-8556, 5(2), 136–145.
- Priyono, Achmad A, 2015. *Analisis Data Dengan SPSS*. Malang: BPFE Universitas Islam Malang.
- Rahadi, DR. 2017. “Analisis Sektor Usaha Kecil, Menengah Menjadi Model Kewirausahaan Sosial Berbasis Ekonomi Kreatif”. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 4, 2017: 159-173.
- Rakhmah, Bunga Vergia. 2019. “Analisa Bisnis Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak di Kabupaten Malang”. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif EKONOMI BARU: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susyanti J., Askandar Noor dan Malavia Ronny. 2014. *Pengembangan Model Pendampingan Bagi Pengelolaan Bisnis Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata Secara Integratif Untuk Pemenuhan Kesadaran Kewajiban Perpajakan di*



Indonesia. Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi - Manajemen (JEMA) ,Fakultas Ekonomi FE Universitas Islam Malang volume 12, Nomor 2.

Susyanti, J, Noor Shodiq Askandar (2017). *Menuju Indonesia Mandiri*. Universitas Islam Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi.

Susyanti, J., & Noor Shodiq Askandar (2019). *Why is Tax Knowledge and Tax Understanding Important*. Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi - Manajemen (JEMA) ,Fakultas Ekonomi FE Universitas Islam Malang volume 16, Nomor 2.

Undang-Undang Republik Indonesia No.28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang No.06 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Pasal 1.

Fitria Dewi*) Adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma

Jeni Susyanti)** Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma

Budi Wahono*)** Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma

Lampiran-Lampiran

Tabel Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Ekonomi Kreatif Sub Sektor <i>fashion</i> (X)	X.1	0,387	0,2787	Valid
	X.2	0,365	0,2787	Valid
	X.3	0,317	0,2787	Valid
	X.4	0,536	0,2787	Valid
	X.5	0,598	0,2787	Valid
	X.6	0,354	0,2787	Valid
	X.7	0,406	0,2787	Valid
	X.8	0,584	0,2787	Valid
	X.9	0,444	0,2787	Valid
	X.10	0,306	0,2787	Valid
	X.11	0,471	0,2787	Valid
	X.12	0,343	0,2787	Valid
	X.13	0,327	0,2787	Valid
	X.14	0,290	0,2787	Valid
	X.15	0,455	0,2787	Valid
	X.16	0,457	0,2787	Valid
	X.17	0,57	0,2787	Valid
	X.18	0,404	0,2787	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y.1	0,739	0,2787	Valid
	Y.2	0,625	0,2787	Valid
	Y.3	0,704	0,2787	Valid
	Y.4	0,432	0,2787	Valid
	Y.5	0,677	0,2787	Valid
	Y.6	0,455	0,2787	Valid

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Ekonomi Kreatif Sub Sektor <i>fashion</i> (X)	0,689	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,666	Reliabel

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,63227923
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,080
	Negative	-,057
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,982	3,206	2,802	,007
	Total_X	,236	,047	,589	,000

a. Dependent Variable: Total_Y